
ANALISIS MINAT PASAR KERAJINAN TANGAN BOTOL PLASTIK BEKAS

¹Heriberta Anna Wenyanti*, ²Theodorus B. Hanandoko

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43 Yogyakarta 55281

Telp : (0274) 487711 psw 2143, 2144, Fax : (0274) 485223

¹heran.heribertanna@yahoo.com*, ²hanandoko@mail.uajy.ac.id

Abstrak

Masalah sampah dihadapi hampir semua kota bahkan semua negara, tetapi di negara-negara maju yang masyarakatnya telah sadar lingkungan, masyarakatnya sudah berhasil mengatasi sampah. Pengelolaan sampah tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi masyarakat dan orang yang menghasilkan sampah juga berkewajiban mengelola sampah. Bisnis produk kerajinan tangan botol plastik merupakan salah satu langkah penanganan sampah plastik. Selama ini bisnis dijalankan tanpa bekal pengetahuan minat pasar, kondisi pasar, potensi pasar, dan strategi penjualan sehingga resiko kerugian akibat produk yang dipasarkan tidak laku mungkin terjadi. Ketidaktahuan akan minat, kondisi, potensi dan strategi pasar dijumpai dengan riset pasar. Analisis riset pasar dilakukan dengan menguji dan membandingkan hipotesis dengan data sekunder dan primer dari jurnal, kuesioner, dan survey pasar secara langsung. Seluruh data sekunder dirangkum secara terstruktur dengan menggunakan lembar kerja –lembar kerja sebagai panduan dalam menyusun butir-butir pertanyaan dalam kuesioner. Kuesioner yang telah siap kemudian disebar untuk mendapatkan data primer. Hasil akhir penelitian adalah responden tertarik dengan produk kerajinan tangan botol plastik yang ditawarkan. Hal ini ditunjukkan dari jumlah responden yang tertarik sebesar 79% dengan produk yang paling diinginkan adalah sofa. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penambahan inovasi dan kreasi serta perhatian terhadap kualitas produk kerajinan tangan botol plastik menjadi harapan responden paling penting.

Kata kunci:botol plastik, kerajinan tangan, riset pasar

1. PENDAHULUAN

Plastik banyak dijumpai pada botol minuman dan kemasan-kemasan kebutuhan sehari-hari. Karakteristik plastik yang lebih ringan, praktis, dan pembuatannya mudah menyebabkan banyaknya penggunaan plastik. Bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia juga menyebabkan produksi plastik lebih banyak. Kemasan plastik yang digunakan kemudian langsung dibuang tanpa pengolahan dan menjadi sampah plastik. Masalah sampah dihadapi hampir semua kota bahkan semua negara, tetapi di negara-negara maju yang masyarakatnya telah sadar lingkungan, masyarakatnya sudah berhasil mengatasi sampah. Pengelolaan sampah tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah saja, tetapi masyarakat dan orang yang menghasilkan sampah juga berkewajiban mengelola sampah seperti yang diatur pemerintah dalam UU Nomor 18/2008 tentang tanggung jawab terhadap sampah. Partisipasi masyarakat dalam mengolah sampah dapat dimulai dari memisahkan tempat sampah organik dan non organik hingga menerapkan konsep *reduce*, *reuse*, dan *recycle* (3R) yang memberikan nilai tambah. Bisnis produk kerajinan tangan botol plastik bekas merupakan salah satu langkah penanganan sampah plastik. Kesuksesan bisnis kerajinan tangan ini didukung

melalui kecintaan konsumen terhadap produk dalam negeri. Selama ini bisnis dijalankan tanpa bekal pengetahuan minat pasar, kondisi pasar, potensi pasar, dan strategi penjualan yang dibutuhkan sehingga resiko kerugian akibat produk yang dipasarkan tidak laku sangat mungkin terjadi. Ketidaktahuan akan minat, kondisi, potensi dan strategi pasar dijembatani dengan riset pasar. Riset pasar dilakukan saat memulai bisnis baru, memperkenalkan produk/jasa baru, dan saat menjaga keberlangsungan bisnis yang sedang berjalan (Doman, 2002). Analisis riset pasar dilakukan dengan cara menguji dan membandingkan hipotesis dengan data sekunder dan data primer yang didapatkan dari jurnal, kuesioner, dan survey pasar secara langsung.

2. METODOLOGI

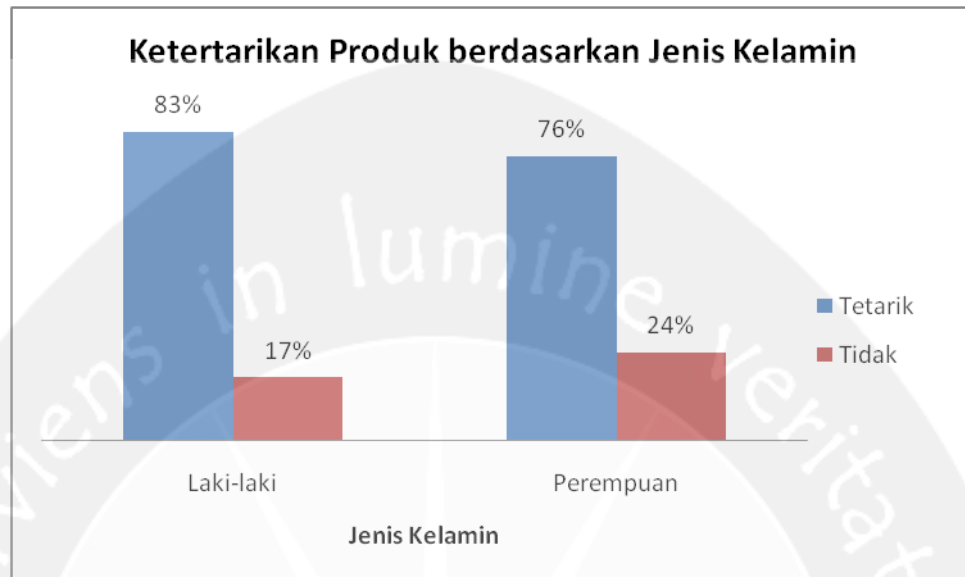
Metode penelitian dimulai dengan wawancara mengenai produk kerajinan tangan botol plastik bekas untuk mengidentifikasi masalah. Informasi awal juga didapatkan dari studi pustaka. Setelah semua informasi didapatkan, target *customer* dan hipotesis dapat ditetapkan. Seluruh data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian ini dirangkum secara terstruktur dengan menggunakan lembar kerja – lembar kerja sebagai panduan dalam menyusun butir-butir pertanyaan dalam kuesioner. Kuesioner yang telah siap kemudian disebar untuk mendapatkan data primer. Responden yang dipilih adalah mahasiswa dan masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penyebaran kuesioner dianalisis dengan melihat tren, similaritas, kontradiksi, dan odd grouping untuk mendapatkan minat pasar terhadap kerajinan botol plastik bekas. Analisis tren akan memberikan informasi respon atau jawaban dengan presentase yang tinggi atau rendah terhadap pilihan jawaban yang telah diberikan. Analisis similaritas akan memperbandingkan kelompok responden yang memiliki kesamaan tren yang terjadi antara satu grup atau satu kelas dengan grup atau kelas lainnya. Analisis kontradiksi akan menunjukkan kelompok responden yang memiliki ketidakkonsistenan jawaban ataupun memberikan fakta yang bertentangan dengan demografi responden. Odd-grouping akan menunjukkan tingkat jawaban responden yang tidak tidak diharapkan atau tidak sewajarnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Tren

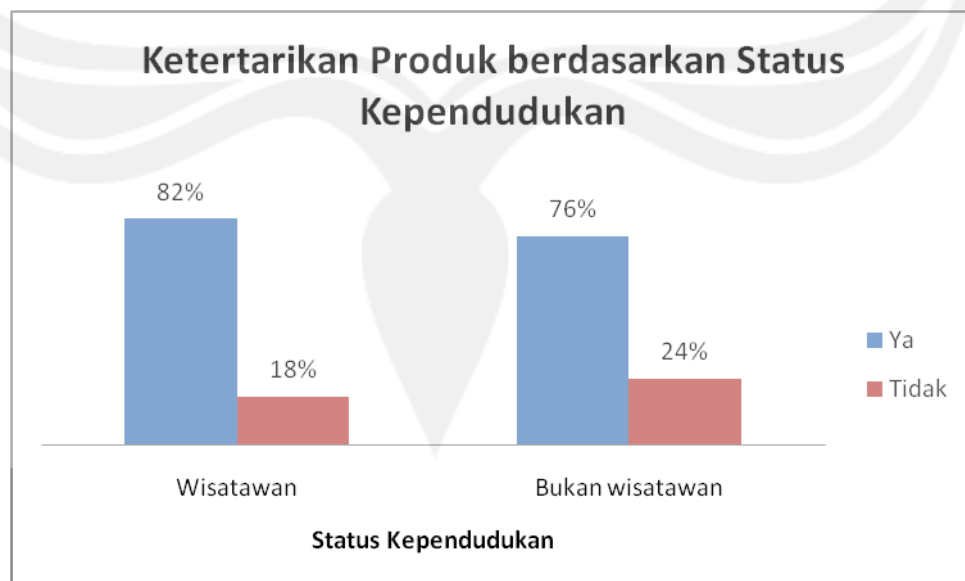
Tren dalam hal ini adalah sebuah respon yang cukup tinggi atau rendah terhadap beberapa pilihan yang telah diberikan. Sebuah tren akan nampak lebih jelas ketika data yang telah terkumpul dikelompokkan menurut kelasnya. Beberapa data pada riset pasar ini yang memiliki pola tren adalah sebagai berikut

3.1.1 Ada 49 orang responden dari 59 orang responden laki-laki menyatakan tertarik dengan produk kerajinan tangan botol plastik bekas yang ditawarkan dan 52 orang responden dari 68 orang responden perempuan juga menyatakan tertarik dengan produk kerajinan tangan botol plastik bekas yang ditawarkan.



Gambar 1. Ketertarikan Responden dengan Jenis Kelamin Responden

3.1.2 Tren ketertarikan responden tidak hanya terlihat pada jenis kelamin responden. Status kependudukan responden juga memperlihatkan ketertarikan dengan produk yang ditawarkan seperti pada gambar 2. 60 orang responden dari 73 orang responden wisatawan dan 41 orang responden dari 54 orang responden bukan wisatawan menyatakan tertarik dengan produk kerajinan tangan botol plastik bekas yang ditawarkan



Gambar 2. Ketertarikan Responden dengan Status Kependudukan

3.1.3 Prioritas produk yang paling diinginkan responden dari produk kerajinan tangan botol plastik bekas yang ditawarkan adalah produk sofa. Ada 52 orang responden yang menyatakan produk sofa sebagai produk yang paling diinginkan.

3.1.4 Harga yang sesuai dengan keinginan responden adalah pada rentang harga kurang dari Rp 150.000,00 dengan persentase paling tinggi. Rentang harga yang diinginkan responden ini masih termasuk dalam rentang harga produk kerajinan tangan botol plastik yang pernah dilihat atau dibeli oleh responden yaitu kurang dari Rp 150.000,00.

3.2 Analisis Similaritas

Analisis similaritas menunjukkan kesamaan tren yang terjadi antara satu kelompok kelas dengan kelas lainnya. Data hasil kuesioner yang memiliki similaritas adalah sebagai berikut

3.2.1 Produk yang paling diminati antara responden laki-laki dan perempuan memiliki kesamaan, yaitu produk sofa. Produk-produk yang ditawarkan dalam penelitian ini adalah



Sofa



Bunga hias



Lampu hias



Tempat lilin



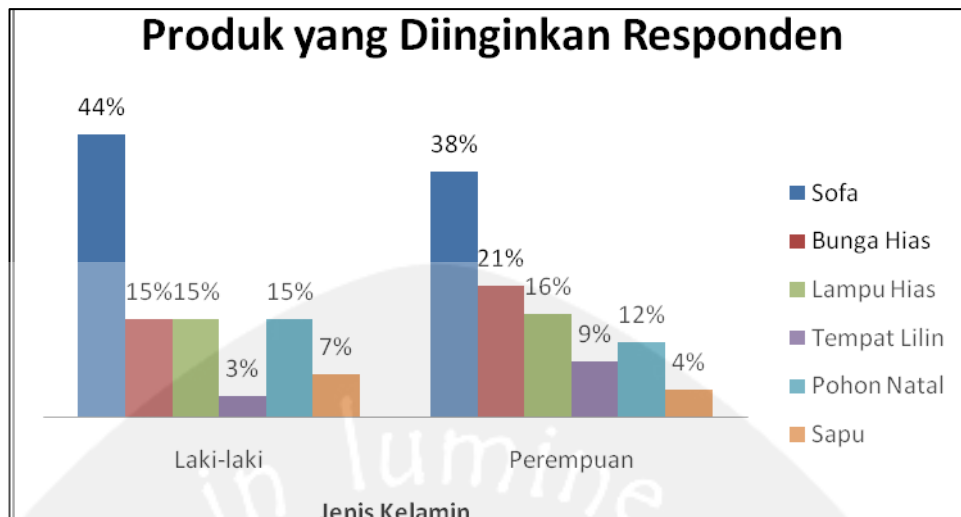
Pohon natal



Sapu

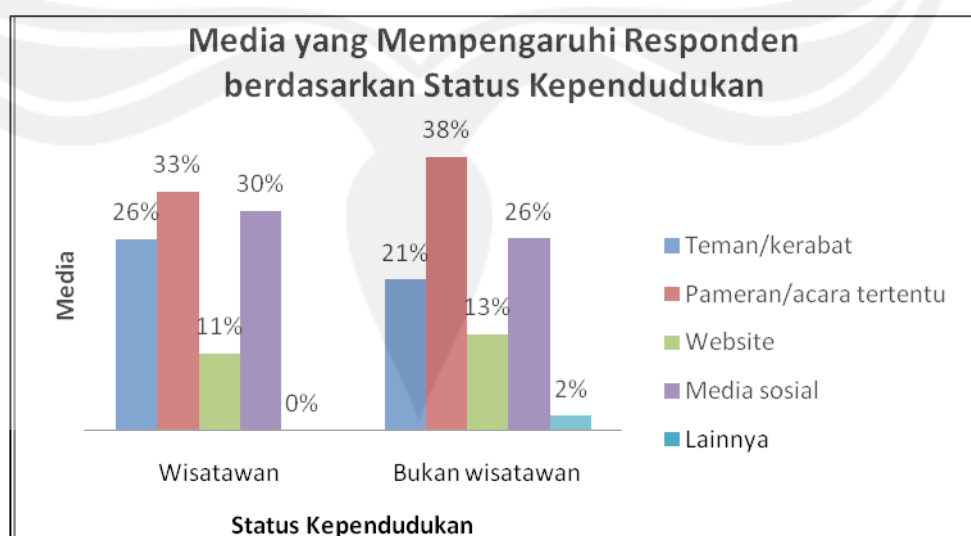
Gambar 3. Contoh Kerajinan Tangan dari Botol Plastik yang Ditawarkan

Produk yang diminati responden laki-laki dan perempuan memiliki kesamaan tren. Mayoritas responden laki-laki dan perempuan memilih produk sofa sebagai produk yang paling diinginkan. 26 orang responden dari 59 orang responden laki-laki dan 26 orang responden dari 68 orang responden perempuan memilih produk sofa sebagai produk yang paling diinginkan. Prosentase jumlah produk yang diminati responden ditunjukkan pada gambar 4.



Gambar 4. Produk Kerajinan Botol Plastik yang Paling Diinginkan Responden

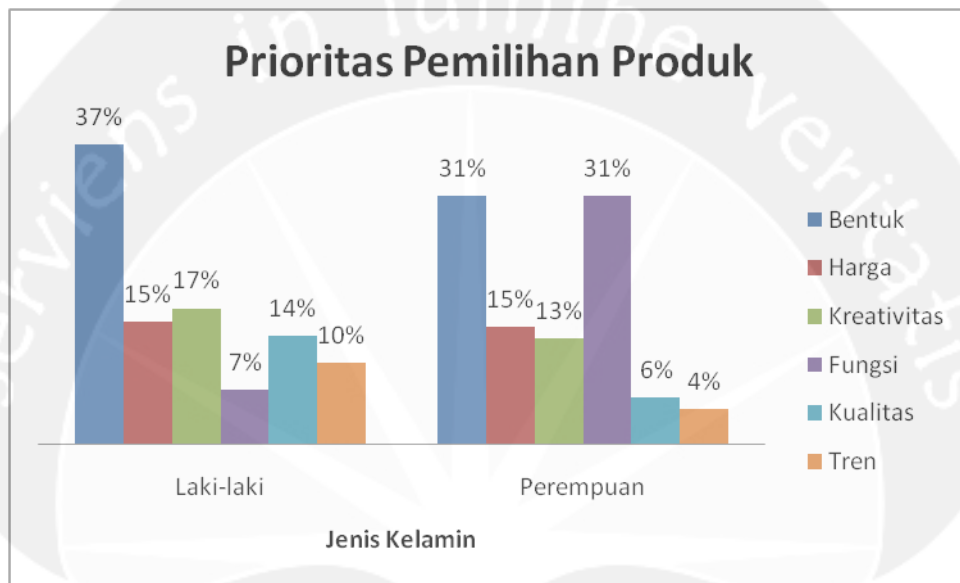
3.2.2 Mayoritas responden wisatawan dan bukan wisatawan mendapatkan informasi tentang kerajinan tangan di media sosial dan pameran atau acara tertentu. Tempat responden mendapatkan informasi tentang kerajinan tangan juga merupakan media yang paling mempengaruhi responden sehingga tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Persentase tertinggi untuk media yang paling mempengaruhi responden juga terdapat pada media sosial dan pameran atau acara tertentu. Gambar 5 menunjukkan bahwa 25 orang responden dari 76 responden wisatawan memilih pameran dan 23 orang responden memilih media sosial sebagai media yang paling mempengaruhi responden untuk membeli produk kerajinan tangan yang ditawarkan. Jumlah terbesar dari responden yang bukan wisatawan juga memilih media sosial dan pameran yaitu sebesar 14 orang responden dan 20 orang responden dari 53 orang responden bukan wisatawan.



Gambar 5. Media yang Mempengaruhi Responden dengan Status Kependudukan Responden

3.3 Analisis Kontradiksi

Analisis kontradiksi memperlihatkan hasil riset yang bertentangan atau tidak konsisten. Hasil analisis kontradiksi dalam penelitian ini adalah ada beberapa pertimbangan responden dalam memilih produk yang ditawarkan. Perbedaan prioritas pertimbangan terjadi antara responden laki-laki dengan responden perempuan. Ada 22 orang responden laki-laki yang memilih bentuk yang sesuai selera sebagai prioritas pertama, tetapi pada responden perempuan 21 orang responden memilih fungsi produk dan bentuk yang sesuai selera sebagai hal pertama yang menjadi pertimbangan. Persentase prioritas pemilihan produk dapat dilihat pada gambar 6.

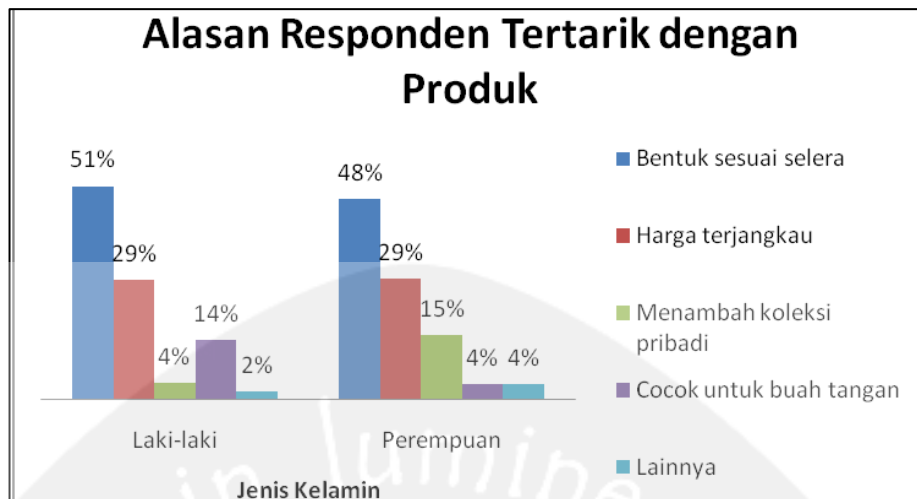


Gambar 6. Prioritas Pemilihan Produk dengan Jenis Kelamin Responden

3.4 Analisis Odd Groupings

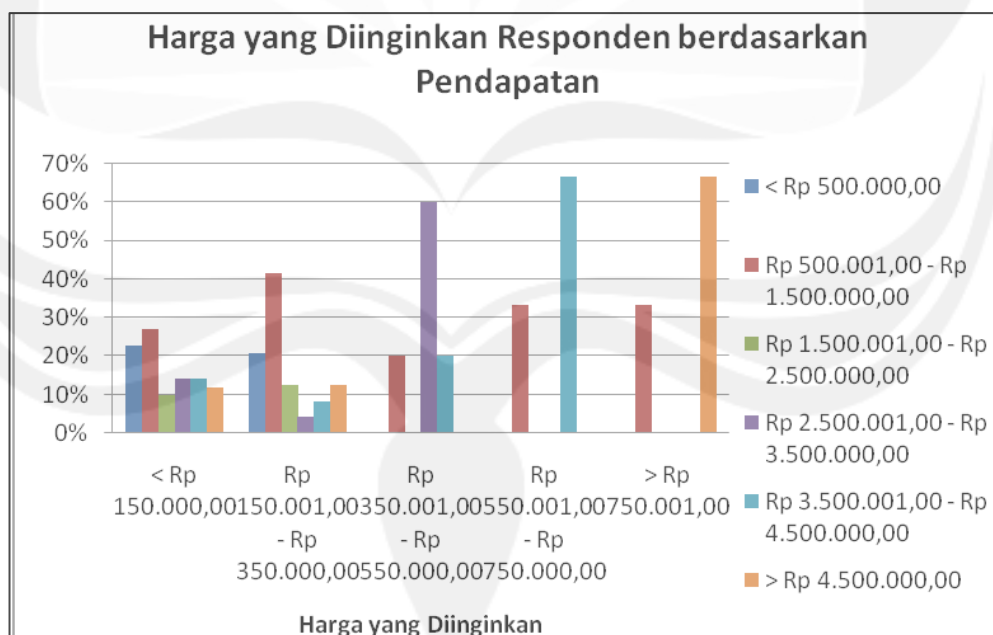
Analisis *odd grouping* memperlihatkan keanehan dari hasil kuesioner yang membutuhkan penjelasan khusus. Hasil analisis *odd grouping* adalah sebagai berikut

3.4.1 Analisis *odd grouping* tentang alasan responden tertarik berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa adanya perbedaan alasan antara responden laki-laki dan perempuan. Alasan responden laki-laki yang paling rendah adalah alasan produk digunakan untuk menambah koleksi. Alasan yang berbeda diungkapkan pada responden perempuan, alasan terendah adalah cocok untuk buah tangan. Perbedaan alasan tersebut ditunjukkan pada gambar 7.



Gambar 7. Hubungan Jenis Kelamin dengan Alasan Responden Tertarik

3.4.2 Harga produk pada rentang lebih dari Rp 750.000,00 tidak hanya dipilih oleh responden yang memiliki rentang pendapatan tertinggi yaitu pada rentang pendapatan lebih dari Rp 4.500.000,00 tetapi juga dipilih oleh responden pada rentang pendapatan antara Rp 500.001,00 – Rp 1.500.000,00. Harga tinggi yang dipilih ini karena apresiasi tinggi yang diberikan responden terhadap produk kerajinan tangan yang ditawarkan. Hubungan harga yang diinginkan responden dengan pendapatan responden ditunjukkan pada gambar berikut



Gambar 8. Hubungan Harga yang Diinginkan Responden dengan Pendapatan Responden

3.5 Pembuktian Hipotesis

Hipotesis yang diajukan pada awal penelitian ini adalah pasar menyambut dengan baik kerajinan tangan botol plastik. Hipotesis tersebut dibuktikan dengan data sekunder yang telah dikumpulkan melalui berbagai sumber dan data primer yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner.

Hasil yang didapatkan dari pengumpulan data sekunder menyatakan bahwa pertumbuhan penduduk di Daerah Istimewa Yogyakarta cukup pesat. Pertumbuhan penduduk ini berpengaruh terhadap usaha kerajinan tangan botol plastik. Hal ini ditunjukkan dalam data primer sebesar 80% responden dan lebih dari 75% penduduk asli maupun wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta tertarik terhadap produk kerajinan tangan botol plastik yang ditawarkan.

Informasi lain menyatakan 76% responden perempuan dan 83% responden laki-laki tertarik terhadap produk kerajinan tangan botol plastik yang ditawarkan. Informasi ini memperkuat hipotesis awal bahwa produk kerajinan tangan botol plastik dapat diterima dengan baik oleh pasar.

Hasil dari riset ini menunjukkan bahwa hipotesis awal yang ditetapkan sudah benar yaitu, pasar menyambut dengan baik produk kerajinan tangan botol plastik.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan yaitu mendapatkan hasil analisis minat pasar produk kerajinan tangan botol plastik bekas. Hasil analisis minat pasar kerajinan tangan botol plastik bekas di Daerah Istimewa Yogyakarta masih sangat potensial. Hal ini ditunjukkan dari data sekunder pada lembar kerja yang telah dibuat. Minat pasar juga ditunjukkan dari hasil kuesioner yaitu ada 80% responden yang tertarik dengan produk kerajinan tangan botol plastik yang ditawarkan. Minat pasar di Daerah Istimewa Yogyakarta yang masih potensial juga didukung oleh hasil kuesioner yang menyatakan bahwa 82% responden wisatawan dan 76% responden bukan wisatawan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Produk yang paling diminati responden adalah produk sofa dan rentang harga yang diinginkan responden terhadap produk yang ditawarkan adalah kurang dari Rp 150.000,00.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Doman, Don, Dell Dennison, and Margaret Doman, 2002, *Market Research Made Eas*, Ed 2, International Self-Council Press Ltd, Kanada.
- Istijanto, M. M., 2005, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Malhotra, Naresh K., Imad B. Baalbaki, and Nada Nase Bechwati, 2013, *Marketing Research*, Arab World Edition, Pearson Education Ltd, England.
- Miller, Lindsay, Katie Soulliere, Susan Sawyer Beaulieu, Simon Tseng, and Edwin Tam, 2014, *Challenges and Alternative to Plastic Recycling in the Automotive Sector*, 7, 5883-5897.
- Murry, J. P. and Heide, J. B, 1998, *Managing Promotion Program Participation within Manufacturer-Retailer Relationship*, American Marketing Associations, USA.
- Nunan, Daniel, and Maria Laura Di Domenico, 2013. *Market Research and the Ethics of Big Data*, 55 (4), 1-12.
- Pangestu, Mari Elka, 2008a, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Departemen Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta.
- Pangestu, Mari Elka, 2008b, *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Misi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Departemen Perdagangan Republik Indonesia, Jakarta.
- Sunyoto, Danang, 2012, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, CAPS, Yogyakarta.
- Swandaru, C. F. Pradana, 2014, *Riset Pasar Produk Pin Magnet sebagai Alat Permainan Edukatif dalam Lingkup Perkembangan Kognitif bagi Pendidikan Anak Usia Dini*, Skripsi, Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.